伊利甄稀×抖音：
“EDP组合“多维立体，助力甄稀品效双行

- **品牌名称：**伊利甄稀
- **所属行业：**食品饮料
- **执行时间：**2023.05.13-08.12
- **参选类别：**效果类-效果广告

背景&目标

冰淇淋行业市场规模逐年扩大，老牌冰淇淋品牌在不断推陈出新，其他行业也跨界进入冰淇淋行业，
使冰淇淋行业更加多元化，竞争也更加激烈。
面对竞争激烈的冰淇淋市场，“甄稀”作为伊利冷饮首个高端冰淇淋品牌，
力求借助抖音进一步加强在消费者心中的品牌和产品认知，挖掘新的生意增长点，破圈机会人群，抢占更多市场。

1. 声量低，亟需提升认知度

面对市场各行各业跨行布局，冰淇淋新品层出不穷，甄稀核心诉求是在强竞争环境下打开产品声量，强化产品认知度，同时突破兴趣人群圈层。

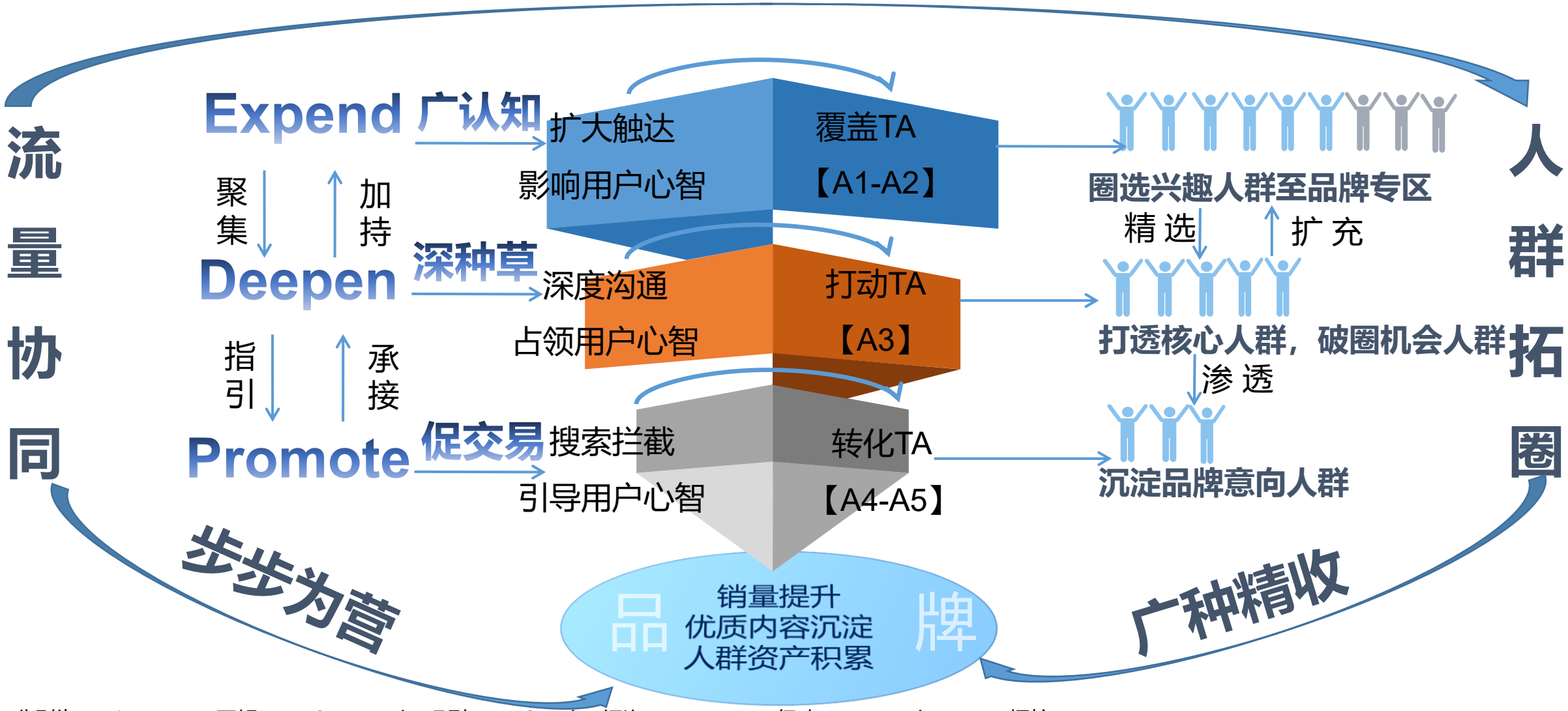
2. 人群质量低，亟需高质人群沉淀

在冰品传播和销售旺季，竞品争相投放，甄稀期望通过差异化精准突围，收割目标人群同时实现人群拉新，获得更大关注，为意向人群池充足蓄水最终实现高效流转。

3. 销量疲软，亟需刺激转化

面对种种不确定的市场因素以及消费者更加谨慎的购买态度，甄稀期望激发消费者的购买意图并简短购买路径，加速消费者从认知到消费决策过程。

“EDP组合”多维分层立体式渗透-- 抖音种，天下收



注：5A分别为：A1-Aware（了解）、A2-Appeal（吸引）、A3-Ask（问询）、A4-Act（行动）、A5-Advocate（拥护）

洞察&策略

营销动作	战线布局	资源组合		人群分层
广认知 Expend 聚流量、占心智、提声量、促互动 多层传播触达	黄金硬广资源强曝光，扩大品牌影响力辐射范围，提升品牌认知度	*开屏、信息流、热点榜单、热搜品专、banner、发布页添加话题* *影视综IP话题&品牌话题*	曝光触达	人群种草池 A1 A2 A3
初步沟通沉淀				
深种草 Deepen 根据目标TA人群，分层触达，分时追投	搭建内容矩阵深度种草，深耕用户心智	*全民任务* *星图达人* *内容热推（含磁贴）*	互动种草	
深度沟通转化				
促交易 Promote 持续拦截流量，全链整合营销	多维度布局搜索，精准意向拦截，导流电商助力转化	*搜索电商品专*	搜索转化	流量转化 A4 A5

积累沉淀

注：5A分别为：A1-Aware（了解）、A2-Appeal（吸引）、A3-Ask（问询）、A4-Act（行动）、A5-Advocate（拥护）

E-广认知

全域曝光全程伴随用户抖音使用路径，强化品牌形象，全方位引爆品牌声量，大面积触达潜在人群

打开抖音

开屏强曝光，加深品牌印象

刷视频

信息流精准展现产品亮点，提升用户认知

看热榜

热点榜单的黄金引流位曝光，充分吸引用户的浏览新区，**热点品专**承接用户的关注度和热情，更全面的传递品牌信息

搜索

品牌榜banner增加品牌信息曝光

发视频

发布页添加话题，增加话题热度，扩散品牌声量

在用户必经之路上持续引导用户参与品牌话题活动

黄金硬广矩阵强势曝光，引流助推话题热度

持续拓展品牌影响范围，提升品牌及产品知名度，强化品牌记忆

E-广认知

借势综艺IP话题&定制品牌话题，两个话题持续发酵，最大程度捕获人群

#本真 本就甄稀

1.7亿
播放量

话题、众测任务相互引流，积攒声量

链接触点，助力商品转化

Banner触点，主力商品转化

#一起露营吧

27亿
播放量

声量汇聚专属话题阵地#本真本就甄稀，实现品牌声量大曝光

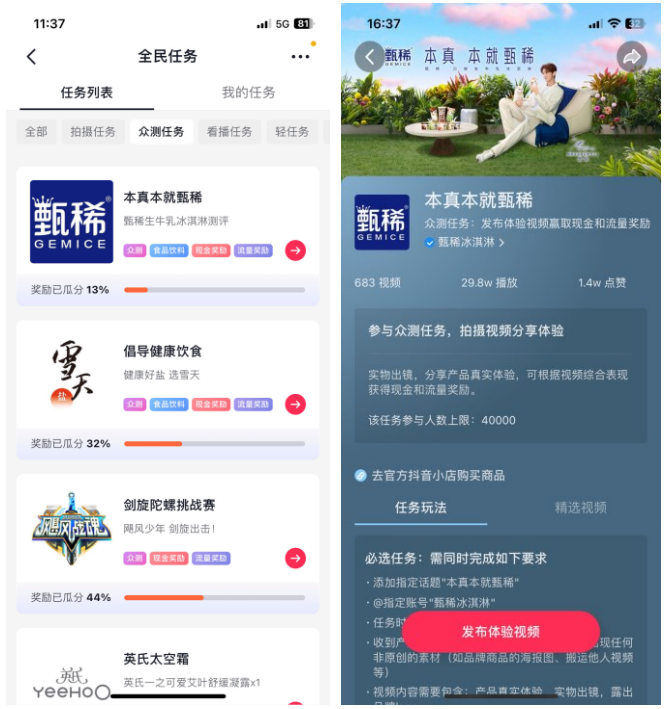
独家包版综艺《一起露营吧》话题阵地，伴随节目播出，用户参与热情增长，吸引《一起露营吧》节目人群成为品牌“潜客”

媒介&执行

D-深种草

全民“任务+激励”，卷入大量高质量的KOC，多链路参与至品牌活动中，并沉淀成为品牌社交资产

全民众测任务 → KOC及UGC参与产出 → 多元优质内容产出 → 多触点导流 → 电商&话题&搜索



试吃评测 | 产品露出 | DIY美食 | vlog+品尝

人货匹配，流量+现金组合激励，吸引大众参与，助力品牌声量增长

根据TA画像匹配优质KOC，积蓄内容营销矩阵中的中尾部声量，有效人群拉新，积累兴趣人群

多重触点增长生意，加热话题，激发搜索

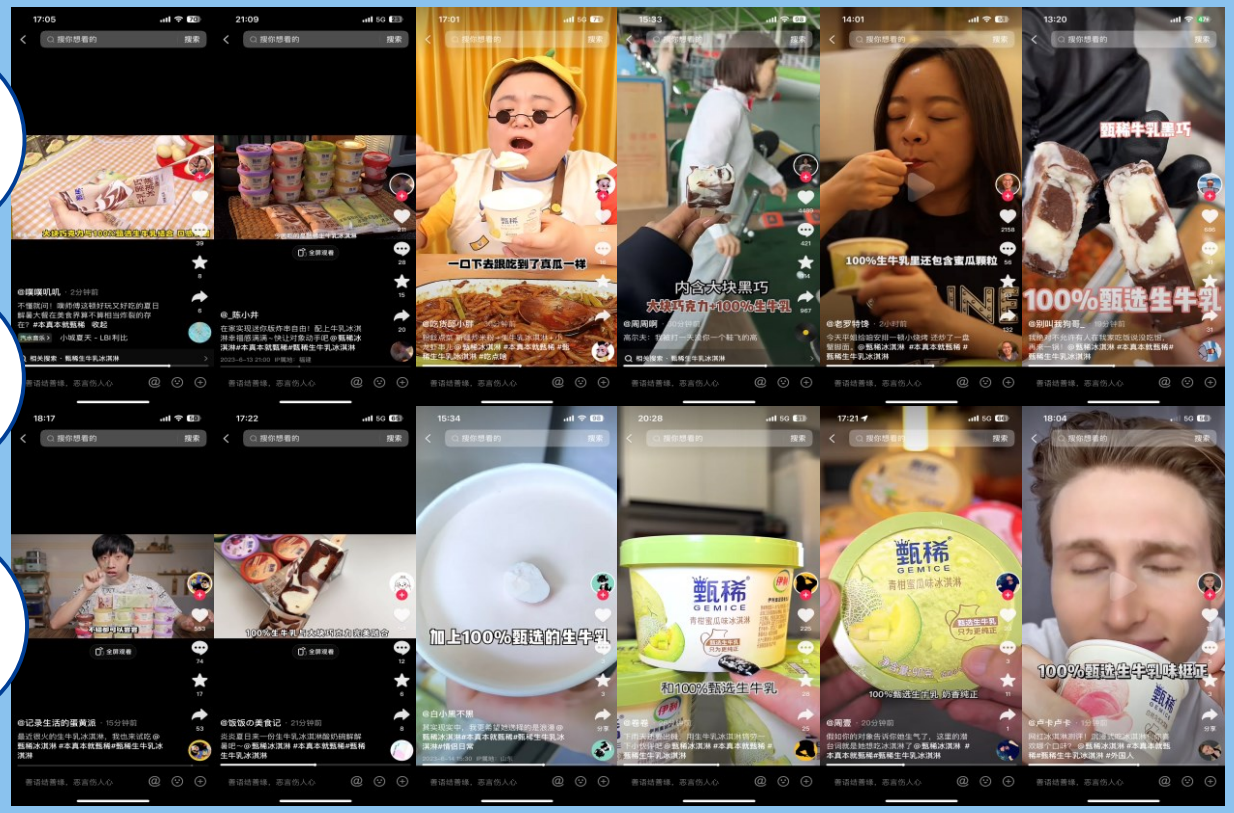
D-深种草

通过星图种草和人群破圈，深度沟通产品利益点，深入消费者心智，提升产品知名度和影响力

评测类

美食类

剧情类



达人带话题词扩散至各个圈层
冲击话题热度

达人视频评论置顶购买链接
助力高效转化

覆盖头、中、尾部量级达人进行集中投放引爆，其中头部达人占比最重，通过头部达人的顶级流量迅速造势及带货；
各圈层持续强化用户“产品”印象，深化生牛乳功能卖点，助力产品破圈。

D-深种草

投放过程实时关注达人数据，科学筛选优质内容进行内容热推（含磁贴），反复覆盖更多高潜用户，促进转化

磁贴亮眼吸引

用户点击转化

优质3位达人内容复用追投加热，一次内容合作获得两次用户转化

P-促销量

承接主动搜索流量，从种草到割草，搜索品专助力产品完成抖音一站式营销转化

直播期

导流

直播间

17个品牌搜索词

甄稀生牛乳冰淇淋, 甄稀产品, 甄稀品牌官方, 甄稀广告, 甄稀冰淇淋, 甄稀, 甄稀新品, 甄稀账号, 甄稀商城, 甄稀旗舰店, 甄稀官方账号, 甄稀店铺, 甄稀正品店铺, 甄稀正品, 甄稀品牌, 甄稀品牌旗舰店, 甄稀品牌专卖店

非直播期

导流

抖音店铺

搜索品专承接流量，精准拦截主动搜索用户，在直播和非直播期间均导流至电商，提升品牌高感人群的转化

电商品专推词工具通过店铺经营品类&产品，挖掘品牌高热及潜力搜索词，助力品牌找到品专广告蓝海流量，快速提升曝光，助增直播以及非直播期电商销量。

效果&反馈

硬广+话题+众测+星图+热推+搜索品专=“对的人”多层次反复触达，人群资产UP

品牌

实际品牌曝光7.81亿+
实际品牌点击1687万+

曝光人数2.03亿+
5A投后规模人群898.76%

人群

拉新人群1.25亿+
拉新人群占比90.16%

拉新核心A3人群906万+
较投放前增长38.82倍

心智

关系加深467万+
投后关系加深占比33.74%

日均搜索提升41.32%
品牌搜索量上升1424%

销量

SKU销量提升
24万+

电商品专销量提升
8万+

注：5A分别为：A1-Aware（了解）、A2-Appeal（吸引）、A3-Ask（问询）、A4-Act（行动）、A5-Advocate（拥护）；
关系加深是指由A1到A3、A2到A3增加的人数产生的关系加深

“EDP组合” 抖音种，天下收传播结构思考

整合抖音资源多维打造【全维造势-互动渗透-拦截转化】分层立体式传播，实现【广认知-深种草-促交易】
硬广与内容充分联合，创造话题，搭建沟通阵地，多维度围剿用户注意力灌输品牌心智，高效触达人群

1 全维造势 广认知

通过**开屏和信息流**等黄金硬广全路径式曝光造势，既强化品牌心智，又实现品牌人群高频触达

2 互动渗透 深种草

通过分层分时搭建内容矩阵进行深度沟通，引导各圈层深度导购，**口碑+带货双提升**，同时实现人群扩充

3 拦截转化 促交易

通过占位搜索**电商品专**，精准拦截主动搜索人群，直达电商及直播间，缩短购买路径助力生意增长

流量协同，人群拓圈

多维资源组合曝光，互动导流传播，深度沟通精准人群同时完成更广泛品牌人群的传播目标，满足品效双赢的诉求